

Eichwald, MdB

Überleben im Haifischbecken Berlin-Mitte

Florian Gilberg, Raphael David Moser, Said Rezek, Steffen Schulze

EICHWALD, MDB: EIN HINTERBÄNKLER IM POLITISCHEN ÜBERLEBENSKAMPF

Eine Polit-Satire, die auf dem deutschen Markt große Beachtung gefunden hat, ist die ZDF-Produktion *Eichwald, MdB*. Gedreht und produziert wurden die vier halbstündigen Folgen Anfang 2014 in Kooperation mit ZDFneo. Zunächst nur in der Mediathek verfügbar, liefen die einzelnen Folgen ab Mai 2015 im wöchentlichen Turnus im ZDF-Hauptprogramm. Zwei Jahre nach der Erstausstrahlung wurde die geplante Veröffentlichung einer zweiten Serienstaffel für voraussichtlich 2018 bekannt (Niemeier 2017).

Satirisch erzählt wird die Geschichte des gleichnamigen Protagonisten Hans-Josef Eichwald, Spitzname Hajo, Abgeordneter im Deutschen Bundestag für den Wahlkreis Bochum II, und seines Büro-Teams. Dazu zählen Berndt Engemann, ein erfahrener Routinier des Berliner Politikbetriebs, Sebastian Grube, der als Social Media affiner Politik-Neuling das Pendant dazu verkörpert, sowie die junge Büroleiterin Julia Schleicher, bei der die Fäden zusammenlaufen. Eichwalds Hauptmotivation nach über 20 Jahren als Bundestagsabgeordneter beschränkt sich im Wesentlichen darauf, wiedergewählt zu werden und möglichst ohne Komplikationen das Alter seiner Pensionierung zu erreichen. In seinem Alltag manövriert er sich jedoch immer wieder von einer Krise in die nächste. Der permanente Ausnahmezustand wird hierbei zur gefühlten Normalität. So überspitzt sich die Serie auch dem Arbeitsalltag eines Abgeordneten nähert, so sehr ist sie doch am Puls der Zeit.

Um ein besseres Verständnis für den Serienkontext zu vermitteln, geht es im ersten Abschnitt der Analyse zunächst darum, das allgemeine Setting von *Eichwald, MdB* aus einem organisationssoziologischen Blickwinkel kurz zu umrei-

Ben. Daran anknüpfend geht es im zweiten Kapitel schwerpunktmäßig mit dem politikwissenschaftlich interessanten Verhältnis von Medien und Politik weiter. Medien und insbesondere soziale Netzwerke spielen schließlich eine zentrale Rolle in der Serie, illustrieren sie doch idealtypisch die sich im Laufe der Jahre veränderten Mechanismen der politischen Kommunikation.

Im dritten Kapitel wird ein detaillierter Blick auf Eichwalds Nutzung von sozialen Medien geworfen und die damit transportierten Bilder analysiert. Im vierten und letzten Kapitel erfolgt schließlich eine Betrachtung der narrativen Elemente von *Eichwald, MdB*. Der Protagonist als ein von äußeren Umständen Getriebener und sein Umgang mit dem Dauerzustand der Krise sind hierbei ebenso Thema wie die Machtverhältnisse und die Beziehung zur Wählerschaft.

PARTEILICHE SPIELREGELN UND INSTITUTIONELLES SETTING

Der Humor und die satirischen Elemente von *Eichwald, MdB* sind ohne Kenntnisse der institutionellen Besonderheiten des deutschen politischen Systems kaum zu verstehen. Der erste Abschnitt der Analyse bietet daher eine kurze Einführung in den organisationalen Kontext. Der Abschnitt konzentriert sich vor allem auf die politikwissenschaftlich interessanten Prozesse innerhalb einer Partei und einer Fraktion. Wie lässt sich beispielsweise eine Partei unter Rückgriff auf Erkenntnisse der benachbarten Soziologie konzeptionell beschreiben? Und welche Prozesse laufen im Inneren einer Fraktion ab?

Der Hauptteil der satirischen Erzählung von *Eichwald, MdB* konzentriert sich auf die Tätigkeit des fiktiven Abgeordneten Hajo Eichwald. Er ist hin- und hergerissen zwischen den Anforderungen, die die Partei, die Fraktion und seine Wähler an ihn stellen. Eichwalds stärkste politische Motivation beschränkt sich in erster Linie darauf, das eigene politische Überleben zu sichern: *Office-Seeking* wird zum elementaren Treibstoff seiner politischen Ambitionen. Die Figur des Hajo Eichwald verkörpert einen Politikertypus, dessen oberste Maxime der Machterhalt ist. Politik wird hier porträtiert als permanenter Kampf um Deutungshoheit und Einflussssicherung in Partei und Öffentlichkeit.

Abgeordnete und ihre Teams

Da die Serie fast ausschließlich im Setting des Abgeordnetenbüros spielt, stellt sich aus wissenschaftlicher Sicht die Frage, was von Seiten der empirischen Politikwissenschaft über die klassischen Abgeordnetentätigkeiten zu erfahren ist. Patzelt (2014) erklärt in dem Zusammenhang, dass deutsche Abgeordnete unge-

fähr fünfzig Prozent ihrer Arbeit am Sitz des Parlaments und etwa dreißig Prozent im Wahlkreis verbringen; der Rest entfällt auf sonstige Verpflichtungen und Veranstaltungen. Darüber hinaus haben Abgeordnete eine Arbeitswoche von im Schnitt fünfundsechzig Stunden, die gestückelt auf Sitzungen von Arbeitskreisen und Arbeitsgruppen sowie auf Fraktionsversammlungen, Plenarzeiten und Ausschusssitzungen entfallen (Patzelt 2014: 3–5).

Wie auch in der Serie immer wieder deutlich wird, konzentriert sich der zweite wichtige Arbeitsbereich eines Abgeordneten auf dessen Wahlkreis. Hier geht es, zugespitzt, weniger um profunde Fachexpertise als vielmehr um ostentative Bodenhaftung und die Sicherung der eigenen Wiederwahl (Patzelt 2014: 5). Dafür muss ein Abgeordneter die Balance zwischen Parlaments- und Basisarbeit meistern und neben dem regulären politischen Betrieb weiterhin in engem Kontakt zur örtlichen Parteibasis stehen. Wenngleich dieser Aspekt zwar nicht besonders prominent in der Serie thematisiert wird, fällt bei Hajo Eichwald doch sofort auf, dass ihn die Geschehnisse in seinem Wahlkreis keinesfalls kalt lassen. Das, was auf dem Spiel steht, ist die Organisation des vorpolitischen Raums, die den Grundstein für die politische Karriere eines jeden Abgeordneten legt (Patzelt 2014: 5).

Patzelt zieht aus dieser empirischen Beobachtung die Schlussfolgerung, dass unter den jetzigen Abgeordneten mehrheitlich Netzwerker seien, die es gelernt hätten, professionelles Beziehungsmanagement zu betreiben und sich an die Spielregeln des politischen Settings anzupassen (Patzelt 2014: 11). Letztgenannter Punkt schlägt erneut die Brücke zum Protagonisten Hajo Eichwald: Sein politisches Kapital besteht gerade darin, dass er sich innerhalb der eigenen Partei Allianzen und Rückhalt aufgebaut hat – eine Fähigkeit, die er noch in Zeiten der Bonner Republik kultiviert hat. Im Übrigen spielt der *Clash of Cultures* zwischen der analogen politischen Kultur der Bonner Republik, in der Eichwald politisch sozialisiert wurde, und der gegenwärtigen, oft digitalen politischen Realität in Berlin-Mitte eine ganz zentrale Rolle für den Humor der Serie.

Handlungsrahmen: Partei und Parlamentsfraktion

Neben der politikwissenschaftlichen Definition, wonach Parteien eine Interessenbündelungs- und Artikulationsaufgabe erfüllen (Korte 2009), sticht unter soziologischen Gesichtspunkten ein anderer Aspekt hervor: Die Rede ist von der sogenannten Omnibustendenz (Eldersveld 1964: 6–7). Dahinter verbirgt sich die Beobachtung, dass Parteien immer mit organisatorischen Spannungen und Richtungsentscheidungen zu kämpfen haben (Hoebel 2012: 70). Der Grund: Parteien sind auf die Akquise neuer Mitglieder angewiesen, um in der parlamentarischen und öffentlich-medialen Auseinandersetzung ihr Stimmgewicht weiter ausbauen

zu können. Gleichzeitig konfrontiert sie diese Situation mit dem Problem, heterogene Interessenslagen und unterschiedliche Motive miteinander in Einklang bringen zu müssen, ohne dabei allerdings das eigene programmatische Profil aus den Augen zu verlieren (Hoebel 2012: 70, Dongs 2008: 75). Dieser Balanceakt kommt in der Serie immer wieder zum Ausdruck, etwa wenn der Protagonist versucht, einen eigenen inhaltlichen Vorstoß zu einem bestimmten Thema in der Partei zu wagen. Hajo Eichwalds eigenes politisches Überleben ist immer an seine Fähigkeit geknüpft, die unterschiedlichen Interessensströmungen in seiner Partei auszutarieren oder in seinem Sinn gegeneinander auszuspielen.

Inspiziert von der Denkschule des Neo-Institutionalismus charakterisiert Elmar Wiesendahl (1998: 242) Parteien als offene und lose verkoppelte Handlungssysteme. Aus einer organisationstheoretischen Perspektive bleibt zu resümieren, dass Parteien unter den politischen Organisationen ausgesprochen komplexe und vielschichtige Systeme sind. Der Parteivorsitzende muss den Balanceakt vollbringen, die verschiedenen Logiken der Parteimitglieder – das *Vote-*, *Policy-*, *Office-*, und *Democracy-Seeking* – zu bündeln und zusammenzuführen (Dongs 2008: 80).

Das Besondere an Parteien, was Jun (2010) noch einmal aufgreift, ist, dass sie Zusammenschlüsse von individuell handelnden Personen sind, die unterschiedlich gelagerte Interessen verfolgen (Dongs 2008: 13f.). Diese Handlungs- und Wirkungslogiken miteinander in Einklang zu bringen, ist die vorrangige Aufgabe von zentralen Führungsfiguren und Politikmanagern, wie den Parteivorsitzenden oder den Generalsekretären. Wenngleich der Parteivorsitzende in der Serie nicht zu Wort kommt, so spielen doch Hierarchie und Führung insbesondere in all jenen Szenen eine große Rolle, in denen die Fraktionsvorsitzende Birgit Hanke die Kulisse betritt.

In Analogie zu Parteien stehen Fraktionen, die „den sozialen Kontext für das faktische Abgeordnetenverhalten in Gesetzgebungsverfahren bilden“ (Hoebel 2012: 72), vor der Herausforderung, konfligierende Interessen und Positionen und die daraus möglicherweise entstehenden innerfraktionellen Spannungen auszuhalten. Vor diesem Hintergrund kommt den Fraktionsvorständen eine ganz essenzielle Bedeutung zu (Rudzio 2015: 228). Sie sichern in der parlamentarischen und in der medialen Arena als zentrale Akteure des Politikmanagements die Geschlossenheit ihrer Fraktion nach außen. Außerdem entwickeln die Fraktionsvorstände die Marschroute bei anstehenden Entscheidungen. Neben diesen planerisch-strategischen Fragen verteilen sie die Arbeit der Fraktion, indem sie zur Ausarbeitung gemeinsamer Programme fraktionsinterne Arbeitskreise und -gruppen bilden; außerdem erarbeiten die Vorstände Vorschläge für die Besetzung von Gremien und der Ausschüsse des Bundestages (Rudzio 2015: 228).

Fasst man die ersten konzeptionellen Überlegungen zu Organisationsproblemen von Parteien und Parlamentsfraktionen zusammen, dann wird unter Rückgriff auf Elmar Wiesendahl deutlich, dass die Fähigkeit, widersprüchliche Handlungs- und Motivationslogiken auszubalancieren, maßgeblich über die Arbeitseffektivität von Organisationen entscheidet (Hoebel 2012: 78). Sowohl Parteien als auch Fraktionen stehen als Organisationen beide vor der Herausforderung, Interessen zu bündeln und kompakt zu artikulieren und dabei gleichzeitig das ihnen innewohnende Organisationsdilemma aufzulösen (Hoebel 2012: 78). Schließlich kristallisiert sich die Tendenz heraus, dass sich Organisationen – und politische insbesondere – mit steigender Zahl ihrer Mitglieder zu „fragmentierten und lose verkoppelten Anarchien“ entwickeln (Wiesendahl 1998: 242). Dieser Aspekt wird in der Serie vor allem dann deutlich, wenn Hajo Eichwald zwar auf die Zustimmung seiner Fraktionsvorsitzenden angewiesen ist, er jedoch mit List und Intrigen seinen Vorteil sucht, indem er die verschiedenen Interessen der Akteure gegeneinander ausspielt.

Wie lassen sich nun die vorangegangenen Überlegungen auf die Serie rückbeziehen? Hajo Eichwald ist sowohl in seiner Partei als auch in seiner Fraktion in verschiedene, bisweilen auch nur schwer in Einklang zu bringende Erwartungsstrukturen eingebunden. Von ihm wird der permanente Balanceakt erwartet, die unterschiedlichen Funktionslogiken in den einzelnen Arenen zu kennen und sich darin zu behaupten. Eine der Herausforderungen, mit denen sich Eichwald konfrontiert sieht, ist die Fähigkeit, eine gewisse Ambiguitätstoleranz zu entwickeln und sich die Funktionsmechanismen der unterschiedlichen Arenen zu vergegenwärtigen. Der Zuschauer begleitet Eichwald dabei und wird auf diesem Weg mit den Stilmitteln der Satire dazu angeregt, seine eigene Erwartungshaltung zu hinterfragen, die er den gewählten Abgeordneten entgegenbringt.

SERIEN ALS SPIEGEL: DAS VERHÄLTNIS VON MEDIEN UND POLITIK

Zur Beschreibung der Beziehung von Medien und Politik haben sich drei Paradigmen in der Forschung etabliert. Selbst in Serien, welche primär eine Unterhaltungsfunktion zu haben scheinen, spiegeln sich diese Paradigmen wider. Im Folgenden werden am Beispiel einer ausgewählten Sequenz die unterschiedlichen Konstellationen zwischen Medien und Politik dargestellt. Als Beziehungsmuster zwischen diesen beiden Akteuren können hierbei das Instrumentalisierungs-, Symbiose- und Gewaltenteilungsparadigma identifiziert werden, welche in Tabelle 1 näher erläutert werden.

Tabelle 1: Zum Verhältnis von Politik und Medien

Paradigmen	Dominanter Beziehungsmodus	Medien im politischen Prozess	Analyseebenen
Gewaltenteilung	Autonomie	Neutralität, Kritik und Kontrolle, Gegenmacht	vorwiegend makroanalytisch
Instrumentalisierung	Steuerung	a) Politik als Steuerungsobjekt der Medien b) Medien als Steuerungsobjekt der Politik	makro- und mikroanalytisch
Symbiose/ Interdependenz	Interaktion	Tauschbeziehung	vorwiegend mikroanalytisch

Quelle: Sarcinelli 2011: 125.

Das Instrumentalisierungsparadigma: Übermacht der Medien

Eichwald und sein Team planen in der ersten Folge der Serie eine Anti-Fastfood-Kampagne. Die Inhalte dieser Initiative sind höchstens sekundär. Aus Eichwalds Sicht geht es vor allem darum, mediale Aufmerksamkeit zu erzielen. Das soll dadurch geschehen, dass übergewichtige Personen auf Burger-Schachteln zur Abschreckung abgedruckt werden. Das Medienecho fällt auf unterschiedlichen Kanälen katastrophal aus, darunter im Radio, in sozialen Netzwerken und in Printmedien, hierbei auch in der reellen Bild-Kolumne, *Post von Wagner*, die hier Bestandteil der fiktiven Serie ist.¹ Der veröffentlichte Kommentar wird von Eichwalds Referenten während der Morgenlage vorgelesen.

Szenen-Beispiel:

Im Abgeordnetenbüro (S 1/F 1/09.25 – 09.36)

Grube: Lieber Hajo Eichwald, ich würde Sie mal gerne zum Essen einladen. Und dann, wenn wir gemeinsam vor zwei großen Cheeseburgern saßen, würde ich Ihren Kopf greifen und so lange mit voller Wucht auf den Pappteller...

Eichwald und sein Team reagieren entsetzt auf die außerordentlich negative Berichterstattung und ziehen die Gesetzesinitiative in der Konsequenz zurück. Die

1 Die täglich in der *Bild* erscheinende Kolumne des Boulevard-Journalisten Franz Josef Wagner ist für ihre oft polemische Art bekannt.

„Rolle rückwärts“ wird als Überzeugungstat öffentlich kommuniziert. Die Maßnahme sollte als Weckruf an die Bevölkerung dienen, um sie vor möglichen zukünftigen und unverhältnismäßigen Vorschlägen dieser Art zu warnen.

Eichwalds Handeln infolge der negativen medialen Resonanz verdeutlicht in zweierlei Hinsicht die Übermacht der Medien (Sarcinelli 2011: 123): Zum einen orientiert sich Eichwalds Team bei der Politikdarstellung an der Medienlogik, indem die Gesetzesinitiative plakativ inszeniert wird. Dadurch geraten die Inhalte der Initiative in den Schatten und die oberflächliche Bebilderung der Burger-Schachteln in den Vordergrund. Zum anderen wird die geplante Gesetzesinitiative aufgrund der negativen Berichterstattung unmittelbar zurückgenommen. Insofern steht und fällt die Implementierung der Maßnahme mit der medialen Resonanz.

Instrumentalisierungsparadigma: Übermacht der Politik

Eichwald und sein Team ziehen sich, wie bereits erwähnt, aus der Affäre, indem sie die Gesetzesinitiative als bewusste Provokation inszenieren. Um dies zu verdeutlichen, zerreißt Eichwald vor laufender Kamera eine Burger-Schachtel mit dem Bild einer übergewichtigen Frau darauf und appelliert mittels einer direkten Videobotschaft an die Bürger.

Szenen-Beispiel:

Im Abgeordneten Büro vor laufender Kamera (S 1/F 1/15.57 – 16.01)

Eichwald: Hallo, mein Name ist Hajo Eichwald. Und ich glaube an Sie, den mündigen Verbraucher.

In dieser Szene instrumentalisieren Eichwald und sein Team die Medien als puren Verlautbarer (Sarcinelli 2011: 123). Die politischen Akteure haben aufgrund des Wissensvorsprungs eindeutig die Oberhand und die Medien werden über Eichwalds Motive völlig im Unklaren gelassen. Sie können höchstens errahnen, dass Eichwalds ‚Rolle rückwärts‘ auf das negative Medienecho zurückzuführen ist – Belege gibt es für dieses Handeln jedoch keine. Dementsprechend erfüllen die Medien aus Eichwalds Sicht lediglich den Zweck, die Botschaft mit einer möglichst hohen Reichweite zu verbreiten. Unfreiwillig und ohne Absprache betreiben die Medien als verlängerter Arm die Schadensbegrenzung der Politik. Das nächste Problem lässt in *Eichwald, MdB* jedoch nie lange auf sich warten.

Eichwalds Referenten Engemann und Grube realisieren während eines Bürogesprächs, dass die übergewichtige Dame namens Heinemann, deren Bild auf der Burger-Schachtel aufgeklebt war, die Eichwald vor laufender Kamera zerris-

sen hatte, eine Prominente ist. Unmittelbar danach laufen die Telefone am Arbeitsplatz heiß und der nächste Skandal ist vorprogrammiert.

Symbioseparadigma: Politik und Medien als Partner

Eichwald und seine beiden Referenten stellen sich die Frage, wie sie den durch das Foto ausgelösten Skandal lösen können. Zunächst zieht Eichwald in Erwägung, sich zu entschuldigen, indem er Frau Heinemann einen Blumenstrauß mit einem Brief schickt. Engemann ist bereits auf dem Weg, um die Idee umzusetzen, als Grube einen alternativen Vorschlag macht.

Szenen-Beispiel:

Im Abgeordnetenbüro (S 1/F 1/20.57 – 21.33)

Grube: Oder wieder fahren da jetzt hin.

Eichwald: Zu der Heinemann?

Grube: Ja.

Eichwald: Hast du das Foto gesehen? Spitzname Venus Fugidor.

Grube: Nein. Jetzt mal im Ernst. Ich mein, das ist doch wahre Größe. Hajo Eichwald macht einen Fehler, vielleicht auch zwei. Aber dann. Er fährt in den Grunewald, mit dem besten Blumenstrauß, den man für Geld kaufen kann, schüttelt der fetten Alten die Hand. Und ein Fotograf von der BILD ist auch noch dabei.

Engemann: Können wir nicht einmal was machen, weil es richtig ist, und nicht, weil es gut in der Zeitung aussieht?

Grube: Ja, Berndt. Aber wenn im Wald ein Baum umkippt und keiner hört zu. Macht es dann trotzdem Krach?

Engemann: Ach was. Der Baum in deinem Bild. Soll das Hajo sein?

Die Bild-Zeitung, die das Gesetzesvorhaben noch zuvor polemisch kommentierte, soll nun in einer partnerschaftlichen Beziehung als Mittler fungieren und bei der Inszenierung behilflich sein. Die Bild-Zeitung ist demnach exklusiv bei der geplanten Entschuldigung dabei und Eichwald erhält einen öffentlichkeitswirksamen Auftritt in einem reichweitenstarken Medium. Die Kooperation zwischen Medien- und Politikvertretern verläuft in dieser Episode schlussendlich zum Vorteil beider Akteure.

Im Rückgriff auf die zuvor definierten Beziehungsmuster handelt es sich bei dieser Konstellation um das Interdependenz- und Symbioseparadigma. Politiker sind auf Journalisten angewiesen, um mit den Wählern zu kommunizieren, wohingegen Medien wiederum an Meldungen aus der Politik interessiert sind. Diese Zusammenarbeit findet zum größten Teil auf der Hinterbühne statt, also jen-

seits der Öffentlichkeit. Die politischen Eliten sind in dem Modell tendenziell die *Agenda-Setter*, wohingegen Medien die Rahmung der Themen besser beeinflussen können (Sarcinelli 2011: 123).

Gewaltenteilungsparadigma: Medien als ‚Vierte Gewalt‘

In der zweiten Folge von *Eichwald, MdB* soll in Hajo Eichwalds Wahlkreis ein Unternehmen mit 80 Angestellten geschlossen werden. Nun gilt es, einen Ausweg zu finden, um die Schließung bestenfalls zu verhindern oder sich elegant aus der Affäre zu ziehen. Im Zuge einer Krisensitzung des ‚Team Eichwald‘ macht Engemann seinen Vorgesetzten darauf aufmerksam, dass sein ehemaliger Studienfreund, Dominik Wohlfahrt, in der Wirtschaft tätig ist und die Schließung des bedrohten Unternehmens möglicherweise verhindern könnte. Letztlich vereinbaren Eichwald und Wohlfahrt ein Treffen auf Sylt, um die Angelegenheit persönlich zu besprechen.

Ein Bild-Journalist namens Hofmann erfährt durch ein öffentliches Facebook-Foto von der Begegnung auf der nordfriesischen Insel und vermutet informelle Vereinbarungen. Hajo gerät wegen einer zweifelhaften Verbindung zwischen Wirtschaft und Politik in das Visier des Journalisten. Kurze Zeit später ereignet sich eines der raren direkten Aufeinandertreffen zwischen einem Journalisten und einem Volksvertreter in der Serie. Die Rolle der Medien als treibende Kräfte, die den Protagonisten keine Verschnaufpause gönnen, wird hier erstmals deutlich.

Der Bild-Journalist Hofmann gibt sich im Interview investigativ und lässt sich weder von Eichwalds Büroleiterin noch von der Fraktionsvorsitzenden ablenken, die versuchen, Eichwald aus der Schusslinie zu manövrieren. Der Medienvertreter verkörpert zunächst das Idealbild eines investigativen Journalisten, welcher einzig der Wahrheit verpflichtet ist. Er tritt als unabhängiger Vertreter der vierten Gewalt und Kontrolleur staatlichen Handelns auf. Voraussetzung für die Erfüllung dieser Funktion ist eine weitestgehende Autonomie und Distanz zwischen Medien und Politik (Sarcinelli 2011: 122). Diesem Anspruch wird Hofmann im ersten Teil des Gesprächs mehr als gerecht. Im darauffolgenden Gesprächsverlauf beginnt diese Fassade jedoch zu bröckeln.

Medienkritik: fließende Grenze zwischen Politik- und Boulevardberichterstattung

Durch eine unbedachte Äußerung Eichwalds erfährt der Bild-Journalist von einer Geliebten des Unternehmers Wohlfahrt, die letzterer während seines Sylt-Aufenthaltes im Beisein von Eichwald getroffen hat.

Szenen-Beispiel:

Im Abgeordnetenbüro während des Interviews (S 1/F 2/18.36 – 19.02)

- Eichwald: Ich hab' Dominik eingeladen, ob er mal wieder persönlich... Mit seiner Frau – die eine hervorragende Volleyballspielerin ist!
- Hofmann: Ach Frau Wohlfahrt war mit auf Sylt?
- Eichwald: Selbstverständlich. Und ich habe mit beiden bei langen Strandspaziergängen darüber geredet, was die Brenotek [Unternehmen] ganz konkret machen kann, um den Standort Deutschland auch in Zukunft zu stärken.
- Hofmann: Entschuldigung. Ich muss eine Sache mal eben [sucht ein Bild auf seinem Tablet]. Ist das Frau Wohlfahrt?
- Eichwald: Ja, ach das ist...
- Hofmann: ...eine ganz angenehme Erscheinung. Oder?

Es folgen keine weiteren Fragen zu vermeintlichen Interessenkonflikten zwischen Eichwald und seinem Unternehmerfreund Wohlfahrt. Der Bild-Journalist blickt Eichwald mit einem verschmitzten Lächeln und ertappendem Blick an – so als hätte er gefunden, wonach er gesucht hat. In dieser Szene gelingt den Drehbuchautoren und Regisseuren die Kür, indem sie ein und dieselbe Person, namentlich den Bild-Journalisten Hofmann, von einem zum nächsten Moment von der Rolle des investigativen Journalisten hin zum Boulevard-orientierten Medienmacher wechseln lassen.

Diese Szene kann als Medienkritik verstanden werden, welche den Trend zur Personalisierung und Skandalisierung der Politikberichterstattung anprangert. Kritisiert wird die hierdurch vermutete Entpolitisierung der Berichterstattung, welche unter anderem auf den Quoten- und Reichweitendruck von Medien zurückzuführen ist (Steg 2012: 68).

SERIEN ALS DATEN: EICHWALD IM NETZ

Wenngleich die Serie *Eichwald, MdB* als Satire naturgemäß überspitzt und sich das Dargestellte nur sehr begrenzt auf die Realität übertragen lässt, variiert der Grad dieser Übertreibung jedoch stark. Die äußerst derbe Ausdrucksweise der Protagonisten von *Eichwald, MdB* untereinander stellt im Alltag von Parlamentariern und deren Mitarbeitern vermutlich eine Ausnahme dar – dies lässt sich jedoch schwerlich überprüfen. Anders steht es um die triste Einrichtung im Abgeordnetenbüro von Hajo Eichwald, die sich in der Realität nicht ganz so deprimierend vorfinden lässt (Heissler 2015). Eine andere in der Serie dargestellte Thematik erscheint jedoch nicht übertrieben oder verzerrt, sondern recht plausi-

bel: die Nutzung von Social Media durch Eichwald und sein Team. Welche Ziele verfolgt der fiktive MdB Eichwald in den sozialen Netzwerken und was für ein Bild von Politikern transportiert die Serie damit? Bei der Beantwortung dieser Fragen lohnt sich zunächst ein Blick auf die tatsächlichen Parlamentarier aus Bund und Ländern hinsichtlich ihrer Social Media-Nutzung anhand der Studie *Politiker im Netz*, um anschließend die Erkenntnisse aus der Studie als Vergleichswerte für die Social Media-Nutzung von Hajo Eichwald zu verwenden.

Abgeordnete in sozialen Medien

In der Studie *Politiker im Netz – Treiber und Hürden der Social Media-Nutzung bei Bundes- und Landtagsabgeordneten* (Meckel/Hoffmann 2013) wurde das Verhalten von deutschen Parlamentariern in sozialen Netzwerken analysiert.

Erfragt wurde unter anderem, welche Funktion die Social Media-Nutzung für die Politiker hat. Dabei trat deutlich zutage, dass das Polit-Marketing hier eine dominierende Rolle einnimmt. Das zentrale Motiv für Parlamentarier ist das Erreichen ihrer potenziellen Wähler, Parteifreunde und Unterstützer (Meckel/Hoffmann 2013: 3). Der Kontakt zu den genannten Gruppen wird jedoch meist als Einbahnstraße verstanden, ein Austausch wird selten als Ziel genannt.

Die Authentizität des Internetauftritts ist nur bei knapp 40 Prozent der Befragten durch ein ausschließlich durch sie selbst gepflegtes Social Media-Profil gewährleistet. Jeder zehnte lässt seine Kanäle gar überwiegend oder vollständig von Dritten betreuen, beispielsweise durch Mitarbeiter oder Agenturen (Meckel/Hoffmann 2013: 4).

Im ‚Neuland Internet‘ zeigt sich – wenig überraschend – eine deutliche Spaltung der Generationen, was die Intensität der Social Media-Nutzung angeht. Jüngere Abgeordnete sind eigenständiger, aktiver und mehr im Austausch. Neu ist zudem die Möglichkeit, an den klassischen Medien vorbei direkt eigene Zielgruppen anzusprechen. Journalisten sind selten Teil dieser Gruppe, es ist ohnehin schwierig für einen einzelnen Abgeordneten, in der breiten medialen Öffentlichkeit durchzudringen (Meckel/Hoffmann 2013: 5).

In Betrachtung der Gesamtheit der Parlamentarier lassen sich drei Typ-Profile bilden, die in der Studie ‚der Profi‘, ‚der Begeisterte‘ und ‚der Skeptiker‘ getauft werden. Der überwiegende Anteil (62 Prozent) macht der Profi aus, der meist aus einer der beiden Volksparteien CDU und SPD stammt und seinen Kanal in geübter Weise für Eigenwerbung nutzt. Es folgt der Begeisterte (24 Prozent), der durchaus auch in Kontakt mit seiner Anhängerschaft tritt und oft den Piraten, aber auch der Linken oder der CSU angehört. Der Skeptiker ist oftmals älter und eher die Ausnahme (14 Prozent). Wenig überraschend zeichnet er sich durch

eine geringe Nutzung sozialer Medien aus und entstammt überproportional häufig den Grünen und der Linken (Meckel/Hoffmann 2013: 6).

Eichwald in sozialen Medien

Der Protagonist Hajo Eichwald nutzt die sozialen Medien regelmäßig, jedoch nicht immer zu seinem Vorteil. Kommunikative Schnellschüsse sind ebenso häufig wie versuchte Befreiungsschläge über Social Media, die kläglich scheitern. In der Hektik der Serie, vor allem verursacht durch Eichwalds ständige Fehltritte, sind persönliche Stellungnahmen in den sozialen Medien oft das erste Mittel, das dem Abgeordneten und seinen Mitarbeitern in den Sinn kommt.

Für Eichwald als Direktkandidat des Wahlkreises Bochum II und Hinterbänkler, der um jedes Fünkchen Aufmerksamkeit mühsam kämpfen muss, ist die Möglichkeit, die Öffentlichkeit und potenzielle Wähler an den klassischen Medien vorbei zu erreichen, von großer Wichtigkeit. Ein konstruktiver Dialog mit der Wählerschaft im Internet ist jedoch bei Eichwald – wie auch bei den meisten seiner realen Kollegen (Meckel/Hoffmann 2013: 3) – nicht zu erkennen. Eichwald erreichen stattdessen E-Mails oder erboste Sprachnachrichten auf seinem Anrufbeantworter, die dieser jedoch nicht als Anreiz empfindet, mit den Bürgern in einen Austausch zu treten. Vielmehr stellen die Nachrichten für ihn einen Seismographen dafür dar, wie tief er sich mit seinen verfehlten politischen Kniffen in die Misere manövriert hat. In den sozialen Medien ist Eichwald auf ‚Senden‘ und nicht auf ‚Empfangen‘ ausgerichtet.

Szenen-Beispiel:

Eichwald kommt mit seinem Tablet in der Hand aus einem Sitzungssaal des Bundestags, seine drei Mitarbeiter erwarten ihn bereits vor der Tür (S 1/F 1/9.29 – 9.38).

Eichwald: Habe im Ausschuss gerade euer Statement gelesen und geantwortet und gerade bei Facebook schon auf ‚Gefällt mir!‘ geklickt. So. Wie mache ich Apps?

Grube: Ja, Hajo, Folgendes...

Seine Social Media-Aktivitäten delegiert Eichwald – aus Mangel an eigenen Fähigkeiten – fast vollständig. Sein Mitarbeiter Grube kann hier durchaus Kompetenzen vorweisen und versucht auch, diese als seine Existenzberechtigung im Abgeordnetenbüro in den Vordergrund zu rücken. In der Serie wird allerdings deutlich, dass soziale Medien nur ein Mittel zum Zweck sein können und eine Nachricht nur so gut ist wie der Inhalt, den sie transportiert. Entsprechend selten sind Eichwalds Versuche von Erfolg gekrönt, sich im Netz als erfolgreicher Politiker zu präsentieren. So floppt in Folge 3 der ersten Staffel seine unausgorene

Idee, eine Lebensmittelampel einzuführen, schon aufgrund der hastigen, unprofessionellen Vorbereitung seiner Videobotschaft und sie endet in einem PR-Desaster, wie bereits im dritten Kapitel beschrieben.

Mit seinen in der Serie thematisierten Tweets und Facebook-Beiträgen gelingt es Eichwald durchaus, Journalisten zu erreichen und seine Statements so an die Öffentlichkeit zu bringen. Diese stehen in aller Regel unter dem Zeichen der Krisenkommunikation, da er immer wieder versucht, von ihm selbst verursachte Probleme mit medialen Ausweichmanövern in den Griff zu bekommen. Die Krise als Dauerzustand ist jedoch nichts, was den Alltag der deutschen Bundes- und Landtagsabgeordneten kennzeichnet. Entsprechend ist der genannte Bruch von Eichwalds Social Media-Nutzung mit den Studienergebnissen an dieser Stelle dem satirischen Unterhaltungsformat geschuldet.

Eichwald entstammt einer Volkspartei und nutzt soziale Medien in der Regel zur gezielten Eigenwerbung. Er weist auf eigene Aktivitäten und Erfolge hin und versucht damit, Wähler, Parteifreunde und Unterstützer zu erreichen, aber auch in die breite mediale Öffentlichkeit durchzudringen. Am ehesten lässt sich Eichwald dem beschriebenen Nutzerprofil des ‚Profis‘ zuordnen, wenngleich dies eine Bezeichnung ist, mit der man den vom einen in das nächste Fettnäpfchen Tretenden ansonsten kaum assoziieren würde.

Soziale Medien als Mittel zum Zweck

Eichwald vermittelt das Bild eines Abgeordneten, dessen politischer Gestaltungswille längst erloschen ist. Die Selbstdarstellung über soziale Medien wird als Substitut für tatsächliche politische Erfolge genutzt. Das fatale Alleinstellungsmerkmal von Eichwalds Social Media-Nutzung ist die Tatsache, dass seine abgesetzten Nachrichten meist verzweifelte Versuche sind, irgendwie noch in der öffentlichen Debatte vorzukommen, um so seine Daseinsberechtigung als Volksvertreter zu demonstrieren. Das Zu-Wort-Melden in sozialen Netzwerken wird so zum Selbstzweck und die Serie zelebriert diese Tatsache mit den absurdesten Ideen, mit denen Eichwald und sein Team Aufmerksamkeit im Netz generieren wollen – beispielsweise mit den erwähnten Abschreckbildern auf Burger-Schachteln gegen ungesunde Ernährung, wie man sie von Zigarettenspackungen her kennt.

Andreas Jungherr erkennt in den sozialen Medien die Möglichkeit, dass Hinterbänkler und Bürger an den etablierten Medien vorbei an die Öffentlichkeit gelangen können und damit ermächtigt sind, in gewissem Umfang *Agenda-Setting* zu betreiben. In diesem Zusammenhang fragt er auch: „Wie kontrollieren Parteien die öffentliche Themensetzung, wenn sich Hinterbänkler durch intensive Nutzung von Social Media-Kanälen zu inoffiziellen Sprechern der Partei entwi-

ckeln?“ (Jungherr 2009: 23). Diese weitere Problematik bilden in der Serie die Szenen mit der Fraktionsvorsitzenden Hanke ab. Vor ihr muss sich Eichwald regelmäßig rechtfertigen, wenn er erneut ein kommunikatives Chaos angerichtet hat.

Der Protagonist beweist ein bemerkenswertes Talent, zu demonstrieren, warum soziale Medien ein zweischneidiges Schwert sind. Mit einfachen Mitteln kann er wesentlich mehr Aufmerksamkeit generieren als über klassische Wege im Kontakt mit Journalisten. Zugleich besteht die Gefahr, sich selbst bloßzustellen oder zu blamieren. *Eichwald, MdB* zeichnet das Bild eines überforderten, älteren, verzweiferten Hinterbänklers, der zu sozialen Medien als einem rettenden Strohalm greift, um irgendwie an die Öffentlichkeit durchzudringen. Die Serie verdeutlicht durch die Social Media-Thematik, wie sich die neu gewonnene Macht des Zugangs zur Öffentlichkeit auch gegen den Veröffentlichenden wenden kann.

NARRATIVE ELEMENTE: HAUTNAH IM BERLINER HAIFISCHBECKEN

Eine der Hauptfragen des Berufspolitikers beschäftigt sich mit der Inszenierung seiner Tätigkeit und Persönlichkeit sowohl nach innen als auch nach außen. Hajo Eichwald stellt hierbei keine Ausnahme dar, was seine Ambitionen zur Selbstvermarktung in den sozialen Medien unter Beweis stellen. Die Form und die Möglichkeiten seiner Inszenierung sind hierbei durch äußerliche Einflüsse bestimmt. Er reagiert mit seinem Handeln meist auf diese Einflüsse und passt seine Inszenierung hierbei an – ähnlich wie ein Schauspieler, welcher versucht, den unterschiedlichen Ansprüchen des Publikums bei einer Aufführung gerecht zu werden (Horn/Warstat 2003). Dem Versuch einer solchen Inszenierung des Protagonisten Hajo Eichwald in der Serie *Eichwald, MdB* wohnt der Zuschauer ähnlich wie bei einer Theateraufführung bei – mit dem Unterschied, dass sich die Charaktere in der Serie der Anwesenheit eines unbeteiligten Beobachters unbewusst sind. Hierbei treten drei narrative Elemente immer wieder in den Vordergrund: die Allgegenwärtigkeit einer akuten Krise, die Machtverhältnisse im Politikbetrieb sowie das Verhältnis und die Interaktion beziehungsweise Nichtinteraktion zwischen Wählern und Gewählten.

Krise als Dauerzustand

Durch das zentrale, wiederkehrende narrative Element eines Skandals, in den Hajo Eichwald verwickelt ist, werden die Inszenierungs- und Reaktionsversuche

Eichwalds im Verlauf der Serie immer wieder auf die Probe gestellt. Die Krise ist in *Eichwald, MdB* allgegenwärtig und fordert stets die vollständige Konzentration aller Mittel und Ressourcen seines Mitarbeiterstabs, um ein Ende Eichwalds politischer Karriere zu verhindern und seinen Kopf noch einmal aus der Schlinge zu ziehen.

Die politische Krise und der Umgang mit einem Skandal dienen bei *Eichwald, MdB* als zentrale Qualitätsmerkmale für die Bewertung der Fähigkeit eines Politikers – andere wichtige Bereiche des Berufsalltags eines Bundestagsabgeordneten, wie etwa die Bedeutung der innerfraktionellen Koordination oder der Austausch mit dem Bürger und dem Wahlkreis, finden kaum oder gar keine Erwähnung. Die Fähigkeit eines durchdachten Krisenmanagements ist bei Eichwald bestenfalls schwach ausgeprägt: Von verschiedenen Vorschlägen seines Teams geleitet, übernimmt er meist einen der präsentierten Lösungsvorschläge, ohne über etwaig nachhaltigere Lösungskonzepte oder mögliche Konsequenzen seiner kurzsichtigen Handlungen nachzudenken.

Vor allem diese Verhaltensweisen zeigen seine Überforderung mit den von ihm als unfair empfundenen Forderungen der Öffentlichkeit an einen Politiker. Er entspricht keinem klassischen Typus eines Skandalpolitikers², sondern stellt eine unberechenbare Mischform verschiedenster Arten des Umgangs mit einem politisch-medialen Skandal dar (Bude 1989).

Bezeichnend für diese Unfähigkeit eines professionellen Umgangs mit der Krise ist die jeweilige Auflösung der Krisensituation in den einzelnen Episoden, welche unter dem Begriff ‚glückliche Umstände‘ zusammengefasst werden können. Der Ablauf eines Skandals folgt in *Eichwald, MdB* stets dem gleichen Muster: Nach dem medialen Bekanntwerden des Skandals verschlimmert Eichwald seine Lage durch eigene Bewältigungsversuche immer weiter, bis etwa im bereits genannten Beispiel der zweiten Folge ein Bild-Journalist von einer Affäre des Unternehmers Wohlfahrt auf Sylt erfährt und sich die mediale Berichterstattung danach auf diese Thematik verschiebt – Eichwald entwischt dem Skandal um seine Person durch Zufälle und glückliche Fügungen.

Trotzdem erfüllt die durchlittene Krise einen regulatorischen Effekt: Die Angst vor einem erneuten Losbrechen einer Empörungswelle wirkt als soziale Selbstkontrolle (Neckel 1990) und beeinflusst Eichwald in seinem Handeln – auch wenn ihm kein wirklicher Lernprozess attestiert werden kann.

2 In der Literatur wird hier zwischen dem Unbeirraren, dem taktierenden Skandalierer und dem vom Skandal überwältigten unterschieden (vgl. Bude 1989)

Macht und Machterhalt

Ein ebenfalls in jeder Folge wieder auftretendes Element ist die Bedeutung von Macht und Hierarchie im politischen Berlin. Hierbei sind vor allem die Rollen Hajo Eichwalds und der komplett gegensätzlich porträtierten Fraktionsvorsitzenden Hanke zu erwähnen. Während Hanke als kühl, kalkuliert und grundsätzlichen Prinzipien folgend dargestellt wird, erscheint Eichwald als unterwürfiger, durchaus sympathischer Hitzkopf, der in der Zeit stehen geblieben ist und keine grundlegenden Ideale mehr vertritt. Beide Schlüsselfiguren verfolgen zudem unterschiedliche Ziele: Hanke arbeitet als Fraktionsvorsitzende vor allem auf ihren Machtausbau hin und würde zum Erreichen ihrer Ziele in der Radikalität sicherlich auch nicht vor Methoden eines Frank Underwood aus *House Of Cards* zurückschrecken. Verdeutlicht wird dies sehr gut durch das Rollenprofil der Fraktionsvorsitzenden im (realen) Presseportal des ZDF, in welchem ihr eine Sicht auf die Welt als „ein ewiges Fressen und Gefressen werden“ attestiert wird (ZDF 2015a). Eichwald wiederum kämpft nur ums Überleben im Berliner Politikbetrieb und um seinen Machterhalt – auch wenn er außerhalb seines Stimmrechts in Form des Bundestagsmandates über keine andere nennenswerte Form von Einfluss zu verfügen scheint.

Besonders stark wird dieses Machtungleichgewicht bereits in einer Szene der ersten Folge verdeutlicht, in welcher die Fraktionsvorsitzende Hanke zum ersten Mal auftritt. Das sich kurzfristig ankündigende Erscheinen Hankes versetzt Eichwald in helle Aufregung und er versucht noch im letzten Moment, kleinstmögliche Anpassungen wie das Öffnen eines Fensters oder das Reichen eines Obstellers zu veranlassen, um den ihm drohenden Ärger abzumildern – ganz wie ein kleiner Junge, der weiß, dass ihm unvermeidlich Ärger für seine Taten droht. Der Symbolik des Essens kommt als zentrales Besänftigungselement für heikle Situationen in der Serie generell eine besondere Bedeutung zu: Beim gemeinsamen Wackelpuddingessen wird das Fehlen von Vanillesauce zum Streitthema und Lebensmittelfunktionäre sollen mit Kuchen milde gestimmt werden.

Auch ein hohes Stresslevel Eichwalds und seine Überforderung mit Stresssituationen sind wiederkehrende Motive. Untermalt wird dieses zusätzlich von einem minimalistischen Soundtrack aus hektischen Schlagzeugsoli, die immer dann eingespielt werden, wenn zwischen zwei Handlungsszenen Berliner Parlamentsgebäude als Übergangsbilder gezeigt werden. Diese unterstreichen die besondere Form der Rastlosigkeit des Politikbetriebes und verstärken das Gefühl, getrieben zu sein.

Wahlen und Gewählte

Ein Besonderer Blick lohnt sich bei *Eichwald, MdB* darauf, was explizit nicht gezeigt und erwähnt wird, aber trotzdem über allem schwebt: der direkte Einfluss des Wählers und die starke Abhängigkeit Eichwalds von der Gunst der Wähler seines Wahlkreises.

Eichwalds Versuchen der Krisenbewältigung liegt die Intention zugrunde, dem potentiellen Wähler ein Bild von sich als dessen erfolgreicher Repräsentant zu vermitteln und somit auch künftig seinen Machtanspruch zu legitimieren (Hitzler 1994: 290). Für eine erfolgreiche Ausrichtung seiner Tätigkeit anhand der Vorstellungen seiner Wähler ist er jedoch auf Feedback angewiesen, welches im realen Politikbetrieb beispielsweise mit dem Instrument der Meinungsforschung einen ganzen Wirtschaftszweig beschäftigt. In *Eichwald, MdB* erfährt der Protagonist jedoch ausschließlich über die mediale Berichterstattung vom Misserfolg seiner Aktionen.

Die einzige Ausnahme hierzu bildet eine Szene am Ende der vierten Episode, in welcher einige Sprachnachrichten von Bürgern auf dem Anrufbeantworter Eichwalds vorgespielt werden. Eine direkte Interaktion mit dem Wähler findet aber auch hier nicht statt – Hajo Eichwalds Handeln und der Politikbetrieb Berlins erscheinen so als losgelöst und fern von den Interessen des Volkes.

FAZIT

Eichwald, MdB ist eine Satire, die im Umfeld eines Berliner Abgeordnetenbüros spielt und den gleichnamigen tragikomischen Protagonisten porträtiert. Eichwald wird stets von unterschiedlichen Interessen, Zwängen und Akteuren begleitet, die zuweilen offensichtlich oder nur angedeutet zutage treten. Die klassischen Beziehungsverhältnisse zwischen Medien und Politik, namentlich das Instrumentalisierungs-, Symbiose- und Gewaltenteilungsparadigma, werden in der Serie geradezu idealtypisch inszeniert. Eine eindeutige Antwort darauf, welche Konstellation zur Beschreibung der Beziehung von Medien und Politik zutreffend ist, lässt die Serie aber offen. Der situative Kontext und die rationalen Interessen der Akteure in den jeweiligen Arenen entscheiden letztlich, welches Verhalten sie an den Tag legen, die Bewertung dieses Verhaltens bleibt dem Zuschauer überlassen.

Eichwald, MdB begnügt sich nicht mit der Rolle der traditionellen Medien wie Print und Fernsehen, sondern zeichnet auch ein Bild vom Umgang des politischen Betriebes mit sozialen Netzwerken wie Twitter oder Facebook. Auch in diesem Feld gibt es deutliche Parallelen zwischen dem durchschnittlichen Nut-

ungsverhalten eines realen Bundestagsabgeordneten und dem fiktiven Protagonisten Eichwald. Der Fokus auf das Veröffentlichen eigener Erfolge und die Delegation der Profilpflege an Mitarbeiter spiegelt wider, was vielfach Realität in Berliner Abgeordnetenbüros ist. Gleichwohl führt die Krise als wiederkehrendes narratives Element in Eichwalds Team zu Stilblüten, die den Satirecharakter der Serie verdeutlichen. Es ist kein Zufall, dass die Krise als Dauerzustand ebenfalls in der BBC-Serie *The Thick of it* ein Charakteristikum darstellt, wie im Kapitel „Narrativ“ der diesbezüglichen Serienanalyse dargestellt wird. Das ZDF bezeichnet *Eichwald, MdB* als „inspiriert“ von der derben Polit-Comedy aus Großbritannien (2015b).

Eichwald hat es im Laufe seiner Zeit als Abgeordneter perfektioniert, zwischen den unterschiedlichen Erwartungslogiken innerhalb seiner Partei und seiner Fraktion hin und her zu changieren. Eine der Herausforderungen, mit denen sich Eichwald permanent konfrontiert sieht, ist die Fähigkeit, eine gewisse Ambiguitätstoleranz zu entwickeln und sich die Funktionsmechanismen der unterschiedlichen Arenen immer wieder aufs Neue zu vergegenwärtigen.

Aus erzählerischer Sicht konzentriert sich die Serie *Eichwald, MdB* auf zwei Kriterien zur Bewertung der Kompetenz von Berufspolitikern: auf den Umgang mit übergroß erscheinenden Herausforderungen in Form von Krisen und auf die Frage nach der politischen Macht. Durch den Anspruch an einen Berufspolitiker, sich stets unverrückbar als Fels im medialen Sturm zu behaupten, vermittelt die Serie die Fähigkeiten zum Krisenmanagement und zur Selbstinszenierung als zentrale Elemente zur Bewertung der Kompetenz eines Politikers. Wenngleich humoristisch überzeichnet inszeniert, zeigt dieser Anspruch den Wunsch nach politisch starken Leitfiguren und Vorbildern, die vorangehen und agieren, anstatt bloß zu reagieren.

In Bezug auf die persönliche Stellung und informelle Macht eines Abgeordneten zeigt die Serie unterschiedliche Ansprüche und Selbstverständnisse der eigenen Rolle. Die Existenz von Macht wird mit dem Begriff der Stärke assoziiert – eine vergleichsweise machtlose Person wie der Hinterbänkler Hajo Eichwald wird als schwach und unsicher porträtiert.

Eichwald, MdB schafft den Spagat, die wechselseitigen Zwänge in der administrativen, parlamentarischen und medialen Sphäre zugespitzt anzudeuten, ohne den Humor auf der Strecke zu lassen. Eichwald ist als Getriebener stets unter Druck, versucht einem Skandal nach dem anderen auszuweichen und Schadenbegrenzung zu betreiben. Der Kampf um das politische Überleben als kleiner Fisch im großen Haifischbecken des Berliner Politikbetriebes ist hierbei allgegenwärtig.

LITERATUR

- Alemann, Ulrich von (1995): Parteien, Hamburg.
- Bude, Heinz (1989): Typen von Skandalpolitikern, in: Ebbighausen, Rolf/Neckel, Sighard (Hrsg.): Anatomie des politischen Skandals, Frankfurt a.M., S. 396–414.
- Deutscher Bundestag (1967): Gesetz über die politischen Parteien (Parteiengesetz), in: https://www.bundestag.de/blob/189336/c8a22a376ea9165443a477101f2352dd/pg_pdf-data.pdf (zugegriffen am 1.3.2017).
- Donges, Patrick (2008): Medialisierung politischer Organisationen, Wiesbaden.
- Eldersveld, Samuel J. (1964): Political Parties – A Behavioural Analysis, Chicago.
- Heissler, Julian (2009): Nachbau made in Germany, in: Der Freitag, <https://www.freitag.de/autoren/julian-heissler/nachbau-made-in-germany> (zugegriffen am 4.3.2017).
- Hesse, Jens (2012): Das Regierungssystem der Bundesrepublik Deutschland, 10. Aufl., Baden-Baden.
- Hitzler, Ronald (1994): Die Banale Seite der Macht. Politik als Beruf heute – und morgen, in: Berking, Helmuth/Hitzler, Ronald/Neckel, Sighard (Hrsg.): Politikertypen in Europa, Frankfurt a.M., S. 280–295.
- Hoebel, Thomas (2012): Politische Organisationen, in: Apelt, Marion/Tacke, Veronika (Hrsg.): Handbuch Organisationstypen, Wiesbaden, S. 63–91.
- Jun, Uwe (2010): Parteien als fragmentierte Organisationen: Erfolgsbedingungen und Veränderungsprozesse, Opladen.
- Jungherr, Andreas (2009). Twitternde Politiker: Zwischen buntem Rauschen und Bürgernähe 2.0, in: Bieber, Christoph/Eifert, Martin/Groß, Thomas/Lamla, Jörn (Hrsg.): Soziale Netze in der digitalen Welt: Das Internet zwischen egalitärer Beteiligung und ökonomischer Macht, Frankfurt a.M., S. 99–127.
- Marcinkowski, Frank/Pfetsch, Barbara (Hrsg.): Politik in der Mediendemokratie, Wiesbaden.
- Meckel, Miriam/Hoffmann, Christian Pieter (2013). Politiker im Netz: Treiber und Hürden der Social Media-Nutzung unter Bundes- und Landtagsabgeordneten, in: http://www.isprat.net/fileadmin/downloads/projekte/2011/Politiker%20im%20Netz.%20Verständnis%20für%20das%20Web%202.0%20und%20eLiteracy%20unter%20politischen%20Entscheidungssträgern/ISPRAT_Abschlussbericht_Politiker_im_Netz.pdf (zugegriffen am 3.12.2017).
- Neckel, Sighard (1990): Die Wirkungen politischer Skandale, in: Aus Politik und Zeitgeschichte (7), S. 3–10.

- Niemeier, Timo (2017): Überraschung: ZDF setzt „Eichwald, MdB“ doch noch fort, DWDL vom 21.5., in: https://www.dwdl.de/nachrichten/61577/berra-schung_zdf_setzt_eichwald_mdb_doch_noch_fort/ (zugegriffen am 3.12.2017).
- Patzelt, Werner (2014): Abgeordnete und ihr Beruf, Wiesbaden.
- Rudzio, Wolfgang (2015): Das politische System der Bundesrepublik Deutschland, 9. Aufl., Wiesbaden.
- Sarcinelli, Ulrich (2011): Politische Kommunikation in Deutschland: Medien und Politikvermittlung im demokratischen System, 3. Aufl., Wiesbaden.
- Steg, Thomas (2012): Formwandel. Personalisierung und Privatisierung von Politik, in: Hombach, Bodo (Hrsg.): Politik und Medien, Bonn, S. 67–82.
- Warstat, Matthias/Horn, Christian (2003): Politik als Aufführung. Zur Performativität politischer Ereignisse, in: Fischer-Lichte, Erika/Horn, Christian/Umathum, Sandra/Warstat, Matthias (Hrsg.): Performativität und Ereignis, Tübingen und Basel, S. 395–417.
- Wiesendahl, Elmar (1998): Parteien in Perspektive: Theoretische Ansichten der Organisationswirklichkeit politischer Parteien, Opladen.
- ZDF (2015a): Rollenprofile – Eichwald, MdB – Vierteilige Polit-Satire, in: <https://presseportal.zdf.de/pm/eichwald-mdb/> (zugegriffen am 29.3.2017).
- ZDF (2015b): Vorwort – Eichwald, MdB – Vierteilige Polit-Satire, in: <https://presseportal.zdf.de/pm/eichwald-mdb/> (zugegriffen am 29.10.2017).